

**TELEVISYEN, SOSIALISASI NILAI DAN IDENTITI REMAJA:
SATU KAJIAN DALAM KALANGAN PELAJAR
DI PEKANBARU, RIAU INDONESIA**

N U R D I N

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

2009

**TELEVISYEN, SOSIALISASI NILAI DAN IDENTITI REMAJA:
SATU KAJIAN DALAM KALANGAN PELAJAR
DI PEKANBARU, RIAU INDONESIA**

oleh

N U R D I N

**Tesis yang diserahkan untuk memenuhi keperluan bagi
Ijazah Doktor Falsafah**

Jun 2009

PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

12 Jun 2009

N U R D I N
P-KOD0007/06(R)

PENGHARGAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dan selawat serta salam ke atas junjungan Nabi Muhammad SAW. Dengan tawfiq dan limpah kurnia Allah jua, maka tesis ini dapat disiapkan seperti nama yang diharapkan.

Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada Prof. Madya Dr. Adnan Hussein selaku penyelia tesis ini. Beliau banyak memberi bimbingan, tunjuk ajar dan kritikan ilmiah untuk kesempurnaan kajian ini. Penulis yakin bahawa tanpa bantuan dan tunjuk ajar beliau, sukar bagi penulis untuk menyiapkan tesis ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Naib Canselor dan para Timbalan Naib Canselor, Dekan dan Timbalan Dekan Pusat Pengajian Komunikasi, Dekan dan Timbalan Dekan Institut Pengajian Siswazah serta para pensyarah yang telah memberikan arahan dan tunjuk ajar selama penulis mengikuti pengajian tinggi diperingkat Doktor Falsafah, dan para pegawai Perpustakaan Universiti Sains Malaysia yang telah memberikan bantuan untuk menyelesaikan tesis ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Rektor dan Timbalan Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan untuk melanjutkan pengajian di Universiti Sains Malaysia Pulau Pinang.

Seterusnya, penulis ucapkan juga terima kasih kepada Gubernur Riau yang telah memberikan biasiswa untuk menyelesaikan pengajian di Universiti Sains Malaysia Pulau Pinang.

Penulis juga tidak lupa merakamkan ucapan terima kasih kepada ayahanda Haji Abdul Halim bin Mardan dan ibunda Hajah Sitti Bunayyah binti Daeng Cebu (Allah Yarham) yang telah banyak berkorban demi kejayaan penulis. Semoga Allah memanjangkan usia ayahanda serta diberi petunjuk ke jalan yang diredai-Nya dan ibunda mendapat tempat yang layak di sisi-Nya. Sekalung budi buat isteri yang tercinta Nurasiah Ibrahim serta anakanda tersayang Ainun Nurain, Khazanah Nurain, Elvy Ramadani dan Ade Muhamad Rian di atas ketabahan menahan penderitaan bersama penulis yang tidak sempat meluangkan masa bersama dengan mereka selama mengikuti pengajian.

Akhir kata, penulis memohon ke hadirat Allah semoga segala sumbangan dan jasa baik yang diberikan oleh semua pihak akan dibalas oleh Allah SWT.

**TELEVISYEN, SOSIALISASI NILAI DAN IDENTITI REMAJA:
SATU KAJIAN DALAM KALANGAN PELAJAR
DI PEKANBARU, RIAU INDONESIA**

ABSTRAK

Kajian terhadap peranan televisyen sebagai ejen sosialisasi dan pengukuhan nilai dan identiti remaja di Bandar Pekanbaru, Riau Indonesia, bertujuan untuk mengenalpasti 1) bentuk ketembusan televisyen dalam kehidupan remaja, 2) pengaruh ketembusan televisyen terhadap pengukuhan nilai dan identiti remaja, 3) hubungan institusi sosial dengan pengukuhan nilai dan identiti remaja, dan 4) hubungan faktor demografik dengan nilai dan identiti remaja. Dengan berlandaskan Teori Kognitif Sosial dan model sosialisasi dibentuk kaedah kajian yang menggunakan teknik kuantitatif dan kualitatif untuk menjelaskan fenomena sosial remaja. Kajian mengambil kira remaja berumur 15 – 24 tahun, yang bermastautin di Bandar Pekanbaru sebagai populasi kajian, dengan menggunakan teknik persampelan rawak kelompok pelbagai tahap diperoleh 225 sampel untuk kaedah tinjauan (survey) dan 11 sampel untuk kaedah temubual (in-depth interview) dari empat sekolah menengah atas (SMA) dan dua perguruan tinggi (PT) yang terdapat di Bandar Pekanbaru. Dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, korelasi, regresi berbagai tahap, dan analisis kualitatif hasil kajian mendapati bahawa remaja mempunyai tingkat ketembusan televisyen yang tinggi, dan tingkat ketembusan televisyen remaja mempunyai hubungan yang signifikan dengan nilai dan identiti mereka, demikian halnya dengan institusi sosial remaja mempunyai hubungan yang signifikan dengan nilai dan identiti mereka. Data korelasi juga memberi gambaran bahawa ketembusan televisyen remaja (persekitaran, penggunaan, dan orientasi terhadap televisyen) dapat meramalkan pembolehubah terikat, iaitu *orientasi nilai*, *identiti kelompok*, dan *identiti sosial*, sedangkan institusi sosial remaja (keluarga, rakan sebaya, sekolah, dan agama) dapat meramalkan pembolehubah terikat, iaitu *nilai peribadi*, *nilai sosial*, *orientasi nilai*, *identiti peribadi*, dan *identiti sosial*, jadi institusi sosial remaja memiliki hubungan yang lebih kuat dengan nilai dan identiti mereka, dibandingkan dengan ketembusan televisyen. Hasil kajian mendukung Teori Kognitif Sosial, bahawa remaja telah melalui tahap pembelajaran dengan proses sosialisasi media massa.

**TELEVISION, YOUTH IDENTITY AND VALUE SOCIALIZATION:
A STUDY AMONG STUDENTS IN PEKANBARU,
RIAU INDONESIA**

ABSTRACT

The study on the role television as an agent of socialisation and the reinforcement of youth values and identity in Pekanbaru aim at identifying (1) the form of television penetration in youth life, (2) the influence of television penetration on the youth values and identity, (3) the relations of the social institutions and the strengthening of the youth values and identity, (4) the influence of demographic factors on the youth values and identity. Using Social Cognitive Theory the study takes into account 15 - 24 year old youth living in Pekanbaru as the population for the study. The samples consisted 225 of youth for the survey and 11 youth for the in depth-interview selected from four senior high schools and two universities in Pekanbaru town using multi-stage cluster random sampling. The finding – using descriptive statistical analysis, correlation, multiple regression, and qualitative analysis – shows there were high penetration of television in lives of the youth, and the penetration level has a significant correlation with their identity and values. The social institution has significant correlation with their values and identity. The correlation data also indicated that the television penetration on the youth (television environment, television use, and television orientation) can predict dependent variables, i.e., value orientation, group identity, and social identity. While the social institution (family, peers, school, and religion) can predict the dependent variables, i.e., personal values, social values, value orientation, personal identity, and social identity. Hence, the social institution has stronger relations with their values and identity compared with the television. The finding supported the Social Cognitive Theory that the youth have undergone a learning phase through a process of mass media socialisation.

SUSUNAN KANDUNGAN

Muka surat

PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xii
SENARAI PETA	xiii
SENARAI LAMPIRAN	xiv
SENARAI AKRONIM	xv

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.0	Pengenalan	1
1.1	Latarbelakang Masalah	1
1.2	Pernyataan Masalah	6
1.3	Persoalan Kajian	9
1.4	Objektif Kajian	9
1.5	Kepentingan Kajian	10
1.6	Skop Kajian	12

BAB 2 : MEDIA DI INDONESIA

2.0	Pengenalan	14
2.1	Sejarah dan Perkembangan Media	14
2.2	Tekanan Politik Terhadap Media	24
2.3	Industri Penyiaran Televisyen Indonesia	30
2.4	Penutup	36

BAB 3 : KERANGKA TEORITIS DAN KONSEP

3.0	Pengenalan	38
3.1	Teori Kognitif Sosial	38
3.1.1	Latarbelakang Teori	38
3.1.2	Falsafah Teori	47
3.1.3	Intipati Teori	55
3.2	Tinjauan Kajian Lepas	83

3.3	Kerangka Konsep	88
3.3.1	Takrifan Konsep	91

BAB 4 : METODOLOGI KAJIAN

4.0	Pengenalan	100
4.1	Kaedah Kajian	100
4.1.1	Kaedah Tinjauan (survey)	102
4.1.2	Kaedah Temubual Mendalam (In-Depth Interview)	103
4.2	Populasi Kajian	105
4.2.1	Persampelan Kajian	107
4.3	Proses Sosialisasi Nilai dan Identiti	110
4.3.1	Sosialisasi Nilai	110
4.3.2	Pengukuhan Nilai dan Identiti Remaja	116
4.4	Hipotesis	127
4.5	Kesahan dan Keandalan Kajian	129
4.5.1	Kesahan Kajian	129
4.5.2	Keandalan Kajian	131
4.6	Pengumpulan dan Analisis Data	132
4.6.1	Pengumpulan Data	132
4.6.2	Teknik Analisis Data	133

BAB 5 : DAPATAN KAJIAN DAN ANALISA DATA

5.0	Pengenalan	134
5.1	Gambaran Responden	134
5.1.1	Demografik	134
5.1.2	Ketembusan Televisyen	142
5.1.3	Institusi Sosial	160
5.1.4	Nilai Remaja	162
5.1.5	Identiti Remaja	167
5.2	Hipotesis dan Analisis	172
5.2.1	Hipotesis 1	173
5.2.2	Hipotesis 2	175
5.2.3	Hipotesis 3	177
5.2.4	Hipotesis 4	180
5.2.5	Hipotesis 5	182
5.2.6	Hipotesis 6	185

5.2.7	Hipotesis 7	188
5.2.8	Hipotesis 8	190
5.3	Sosialisasi Nilai	192
5.3.1	Faktor-Faktor Demografik	192
5.3.2	Peranan Televisyen	195
5.3.3	Peranan Institusi Sosial	210
5.4	Rumusan	216
 BAB 6 : PERBINCANGAN DAN RUMUSAN		
6.0	Pengenalan	220
6.1	Perbincangan Kajian	220
6.1.1	Ketembusan Televisyen Dalam Kehidupan Remaja	227
6.1.2	Institusi Sosial Remaja	235
6.1.3	Demografik Remaja	240
6.2	Televisyen Ikon Dalam Pergaulan	242
6.3	Rumusan Kajian	246
 BAB 7 : KESIMPULAN KAJIAN		
7.0	Pengenalan	249
7.1	Kesimpulan Kajian	249
7.2	Keterbatasan Kajian	250
7.3	Implikasi Kajian	251
7.3.1	Teoritikal	251
7.3.2	Praktikal	252
7.3	Cadangan Kajian Masa Hadapan	254
7.4	Penutup	255
 SENARAI RUJUKAN		256

SENARAI JADUAL

	Muka surat
1.1 Peratusan Pendedahan Media Massa di Indonesia, tahun 2003.	6
4.1 Penduduk Provinsi Riau Tahun 2004	107
4.2 Sampel Kajian	109
4.3 Pembolehubah Bebas <i>Sosialisasi Nilai</i>	112
4.4 Pembolehubah Terikat <i>Nilai dan Identiti Remaja</i>	119
4.5 Matrik Korelasi Nilai dan Identiti Remaja	131
4.6 Nilai Reliabiliti Alpha Cronbach	132
5.1 Umur dan Jantina Remaja	135
5.2 Etnik Asal Remaja	136
5.3 Daerah Asal Remaja	138
5.4 Pendidikan Remaja	139
5.5 Pekerjaan Ibu Bapa Remaja	140
5.6 Pendapatan Ibu Bapa Remaja	141
5.7 Kepemilikan Televisyen	142
5.8 Alasan Responden Memiliki Televisyen Lebih dari Satu Buah	143
5.9 Sais Televisyen Responden	144
5.10 Alasan Responden Memiliki Sais Televisyen 21 Inchi atau Lebih	145
5.11 Letak Televisyen Dalam Rumah Responden	146
5.12 Alasan Responden Memilih Letak Televisyen Dalam Rumah	148
5.13 Kepemilikan <i>Sound System</i> dan Antena Parabola	149
5.14 Alasan Responden Memiliki <i>Sound System</i>	150
5.15 Alasan Responden Memiliki Antena Parabola	151
5.16 Responden Menonton Bersama Tetangga	151
5.17 Alasan Responden Mononton di Rumah Tetangga	152
5.18 Alasan Tetangga Datang ke Rumah Responden	153

5.19	Kekerapan Menonton Bersama Rakan	154
5.20	Penggunaan Waktu Dalam Menonton Televisyen	155
5.21	Penggunaan Saluran Televisyen Oleh Remaja	156
5.22	Tumpuan Remaja Pada Program Acara	158
5.23	Program Acara Kesukaan Remaja	160
5.24	Institusi Sosial Remaja	161
5.25	Nilai Peribadi Remaja	163
5.26	Nilai Sosial Remaja	165
5.27	Orientasi Nilai Remaja	167
5.28	Identiti Peribadi Remaja	168
5.29	Identiti Kelompok Remaja	170
5.30	Identiti Sosial Remaja	172
5.31	Regresi Berbagai Tahap Nilai Remaja	179
5.32	Regresi Berbagai Tahap Identiti Remaja	184
5.33	Kesan Faktor Demografik Terhadap Korelasi Ketembusan Televisyen dan Institusi Sosial Dengan Nilai Remaja	193
5.34	Kesan Faktor Demografik Terhadap Korelasi Ketembusan Televisyen dan Institusi Sosial Dengan Identiti Remaja	194
5.35	Ketembusan Televisyen Remaja	198
5.36	Korelasi Persekitaran Televisyen dan Nilai Remaja	202
5.37	Korelasi Penggunaan Televisyen dan Nilai Remaja	202
5.38	Korelasi Orientasi Penggunaan dan Nilai Remaja	203
5.39	Korelasi Persekitaran Televisyen dan Identiti Remaja	206
5.40	Korelasi Penggunaan Televisyen dan Identiti Remaja	207
5.41	Korelasi Orientasi Penggunaan dan Identiti Remaja	209
5.42	Institusi Sosial Remaja	211
5.43	Korelasi Institusi Sosial dan Nilai Remaja	213
5.44	Korelasi Institusi Sosial dan Identiti Remaja	214
5.45	<i>Mean</i> Keseluruhan Institusi Sosial, Nilai dan Identiti remaja	216

SENARAI RAJAH

Muka surat

1.1	Peraturan Pendedahan Media Massa di Indonesia, Tahun 1997, 2000, dan 2003. (Umur 10 tahun ke atas).	5
3.1	Skema Analisa Andaian Tentang Sifat Ilmu Sosial	48
3.2	Empat Paradigma Analisa Teori Sosial	51
3.3	Kedudukan SCT dalam Kuadran Falsafah	52
3.4	Gambaran Keterikatan Kognitif, Tingkahlaku dan Persekitaran	58
3.5	Proses Pembelajaran dalam SCT	62
3.6	Kerangka Konsep Sosialisasi Nilai dan Identiti Remaja	88
4.1	Kerangka Penyelidikan	102
4.2	Proses Sosialisasi Nilai dan Identiti	110

SENARAI PETA

	Muka surat
4.1 Provinsi Riau Indonesia	105
4.2 Pekanbaru, Ibu Negeri Propinsi Riau Indonesia	105

SENARAI LAMPIRAN

	Muka surat
1.1 Soal Selidik	272
1.2 Skema Pengkodan	281
1.3 Lembaran Pengkodan	293
1.4 Soalan Temubual Mendalam	294
1.5 Data SPSS	295

SENARAI AKRONIM

ANTV	=	Andalas Televisi
BPS	=	Biro Pusat Statistik
GTV	=	Global Televisi
IPTA	=	Institusi Pengajian Tinggi Awam
IPTS	=	Institusi Pengajian Tinggi Swasta
IVM	=	Indosiar Visual Mandiri
METROTV	=	Metro Televisi
PT	=	Perguruan Tinggi
PTN	=	Perguruan Tinggi Negeri
PTS	=	Perguruan Tinggi Swasta
RCTI	=	Rajawali Citra Televisi Indonesia
RTV	=	Riau Televisi
SCT	=	Social Cognitive Theory
SCTV	=	Surya Citra Televisi
SMA	=	Sekolah Menengah Atas
TKS	=	Teori Kognitif Sosial
TPI	=	Televisi Pendidikan Indonesia
TRANSTV	=	Transnasional Televisi
TRANS7	=	Transnasional Tujuh
TVRI	=	Televisi Republik Indonesia
UIN	=	Universitas Islam Negeri
UNILAK	=	Universitas Lancang Kuning

BAB 1

PENDAHULUAN

1.0 Pengenalan

Bab pendahuluan menghuraikan perkembangan teknologi media massa di Indonesia, televisyen sebagai ejen sosialisasi nilai, dan pengaruhnya terhadap pengukuhan nilai dan identiti remaja. Bahasan-bahasan yang diuraikan adalah latarbelakang masalah, pernyataan masalah, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, dan skop kajian.

1.1 Latarbelakang Masalah

Perkembangan teknologi media massa global yang terjadi di belahan dunia Barat dan di negara-negara berkembang juga terjadi di Indonesia (Agus Sudibyo, 2004:282; Kitley, 2001:258). Sebagai negara membangun, masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh media massa (Alwi Dahlan, 1983; Agus Sudibyo, 2004:282; Kitley, 2001:258). Transformasi nilai dan identiti oleh media massa adalah merupakan kesan dari teknologi. Dan transformasi nilai dapat mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, yang meliputi sosial, ekonomi, politik, budaya dan ideologi (Dyson dan Humphreys, 1988; Alwi Dahlan, 1983; Chadha and Kavoori, 2005).

Demikian halnya dengan globalisasi media telah membawa pengaruh terhadap budaya tempatan (Featherstone *et al.*, 1995; Robertson, 1992; Tomlinson, 1999). Dan menurut Alwi Dahlan (1998):

... arus komunikasi massa yang mencakup perluasan arus ilmu pengetahuan dan nilai-nilai sosial budaya yang mendorong perluasan cakrawala informasi dan wawasan seluruh umat manusia, jauh melintasi batas negara atau wilayah (m.s. 6).

Bahawa globalisasi media menurut Alwi Dahlan (1998), dapat mengubah perilaku, gaya hidup dan struktur masyarakat menuju arah kesamaan (*konvergensi*), menembusi batas etnik, agama, daerah, wilayah, bahkan negara. Lebih lanjut beliau menjelaskan bahawa arus maklumat global yang didorong oleh kemajuan teknologi menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan siaran langsung melalui satelit, global dan regional, maupun tidak langsung, iaitu melalui pekej siaran luar (Barat) yang disiarkan oleh stesen tempatan.

Perkongsian media transnasional yang mengarah kepada perkongsian budaya juga terjadi di Indonesia, terutama setelah dikembangkannya sistem satelit dan diberlakukannya *open sky*, sejak tahun 1980-an, sehingga interaksi transnasional sangat jelas dan ketara. Dan pemerintah Indonesia tidak dapat mengawal secara tegas dampak dan pengaruh penggunaan antena parabola oleh masyarakat Indonesia (Sen dan Hill, 2001; Njaman, 2002).

Pengaruh percepatan arus maklumat media massa global yang diinginkan oleh Pemerintah Indonesia, adalah terciptanya kemampuan masyarakat untuk berkongsi pengalaman, pengetahuan dan kebijakan untuk meningkatkan kualitas dan martabat hidup. Sehingga dapat mendukung program pembangunan di Indonesia (Alwi Dahlan, 1985; Chadha and Kavoori, 2005). Kerana media massa berfungsi sebagai ejen sosialisasi (*agent of socialization*), iaitu ejen yang mensosialisasikan nilai, sikap dan tingkahlaku kepada masyarakat (Cruz *et al.*, 2001; McQuail, 1987). Holander (1971),

mendapati dari hasil kajiannya bahawa media massa terutama televisyen adalah merupakan ejen sosialisasi yang lebih penting dari ejen sosialisasi tradisional, seperti gereja, keluarga, rakan sebaya, dan sekolah, dalam mensosialisasikan ideologi tentang perang. Demikian pula Chaffee *et al.*, (1970), mendapati dalam kajiannya bahawa media massa menjadi sumber maklumat dan pendapat peribadi tentang peristiwa terkini yang penting, dibandingkan dengan sumber lain, seperti ibu bapa, rakan sebaya, dan guru di sekolah. Pada zaman moden sekarang ini media massa seperti televisyen, radio dan akhbar telah menjadi ejen sosialisasi yang berpengaruh terhadap khalayaknya (Cruz *et al.*, 2001; McQuail, 1987).

Konsep *sosialisasi* mempunyai erti yang luas, pelbagai, melampaui jangka masa, dan mengandungi banyak dimensi interaksi sosial dalam persekitaran sosial (Clausen, 1968). Sosialisasi, membekali individu dengan kemampuan untuk berkomunikasi, berfikir, dan memecahkan masalah dengan cara yang dapat diterima oleh masyarakat. Memberi kemudahan kepada individu untuk menyesuaikan diri dengan persekitarannya (DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989). Dengan demikian sosialisasi adalah proses yang dijalani individu untuk mendapatkan nilai, identiti, dan norma sosial, sehingga membimbing individu untuk mengenali dan memahami orang lain.

Suatu hal yang perlu diingat bahawa sosialisasi tidak pernah berakhir atau sempurna, dan merupakan proses yang terus menerus berlangsung, bergerak sejak masa kanak-kanak, sampai umur dewasa. Pada awalnya tugas sosialisasi diserahkan kepada ibu bapa, lembaga pendidikan, pemerintah, atau

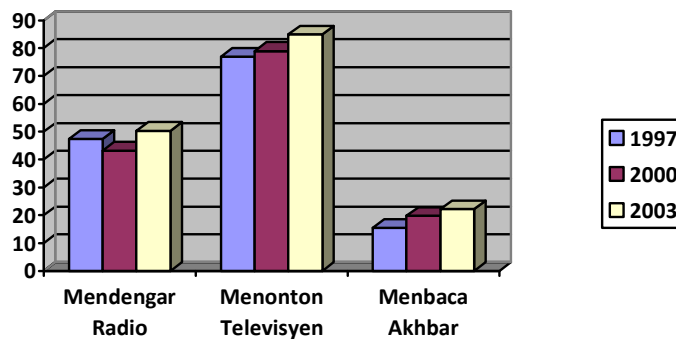
lembaga-lembaga profesional (Wright, 1972). Dengan perkembangan teknologi media massa khasnya televisyen, proses sosialisasi dilakukan melalui televisyen. Dari televisyen kanak-kanak, remaja dan orang dewasa mendapatkan nilai, identiti, dan norma sosial. Peranan media massa dijelaskan oleh Herbert Blumer, tahun 1933 (dalam DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989):

... both children and adults acquire attitudes, emotional responses, and new styles of conduct from all the media, and especially from films and television (m.s. 216).

Herbert Blumer menjelaskan bahawa kanak-kanak dan orang dewasa mendapat sikap, emosi dan gaya hidup yang baru, dari media khasnya filem dan televisyen (DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989). Hal ini terjadi kerana kanak-kanak dan remaja cenderung untuk mengambil nilai dari *virtual communities*. Yang bererti bahawa *virtual communities* berperanan sebagai ejen sosialisasi nilai kepada kelompok masyarakat (Henri dan Pudenko, 2003).

Hal serupa juga dikemukakan oleh bekas Perdana Menteri Malaysia Tun Dr. Mahathir Mohamad, bahawa televisyen dapat menjadi alat yang efektif untuk mensosialisasikan nilai kepada masyarakat (Villegas, 1997). Bahkan dalam ucapan beliau dalam Perhimpunan Agung ke 48 Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu, pada 4 hb Oktober 1993, beliau mengatakan bahawa orang yang menguasai media, akan menguasai fikiran orang ramai, dan mungkin akan menguasai dunia. Tokoh-tokoh negara boleh disisih dan diterima oleh masyarakat, bergantung kepada bagaimana cara media mempersembahkan berita mengenainya (Zainuddin Maidin, 1994).

Menurut DeFleur dan Ball-Rokeach (1989), bahawa khalayak, khususnya remaja menerima norma, definisi peranan, dan pengertian-pengertian lain tentang diri dan kelompok sosial dari televisyen. Dan kemampuan sosialisasi yang dilakukan oleh ejen sosialisasi adalah sangat ditentukan oleh kemampuan ejen tersebut untuk menggerakkan perhatian, emosi, dan motivasi remaja untuk berkomunikasi dengan kandungan media (Larson dan Kubey, 1983). Kerana menurut Carter (1965) proses komunikasi sangat bersesuaian bagi seseorang yang berupaya untuk mendapatkan model atau memilih sesuatu. Terutama bagi remaja yang berupaya mencari jati diri. Dan kajian ini menumpukan perhatian pada kecenderungan remaja terhadap mengukuhkan nilai dan identiti mereka.



Sumber : BPS, Susenas Modul 1997, 2000, dan 2003.

Rajah 1.1: Peratusan pendedahan media massa di Indonesia, tahun 1997, 2000, dan 2003. (Umur 10 tahun ke atas).

Kemampuan sosialisasi media massa di Indonesia dapat diperhatikan pada peratusan pendedahan dan penggunaan media massa adalah sangat tinggi dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terutama sekali penggunaan televisyen. Terlihat pada rajah 1.1, penonton televisyen adalah sangat tinggi, iaitu 76.9 peratus tahun 1997, dan tahun 2000 mengalami peningkatan menjadi 80.9 peratus, demikian pula tahun 2003 meningkat

menjadi 84.9 peratus. Disamping itu Provinsi Riau yang bertetangga dengan Malaysia dan Singapura, sangat berpeluang dan berdepan dengan pendedahan media massa transnasional. Program televisyen dan radio dari negara tetangga dapat dikongsi bersama di berbagai kawasan di Riau (Suryadi, 2005).

Dan pendedahan terhadap televisyen yang tergolong tinggi adalah pada golongan remaja umur 10 – 19 tahun iaitu 90.60 peratus, dan remaja umur 20 – 29 tahun mencapai 88.90 peratus. Secara purata dua peringkat umur ini tergolong tinggi pendedahan terhadap televisyen. Menjadi tanda bahawa golongan remaja mempunyai tingkat penggunaan dan pendedahan dengan media yang sangat tinggi, khasnya televisyen. Jadual 1.1, menunjukkan tingkatan umur sangat menentukan dan mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media.

Jadual 1.1: Peratusan Pendedahan Media Massa di Indonesia, tahun 2003.

Bil	Kelompok Umur (Tahun)	Mendengarkan Radio (peratus)	Menonton Televisyen (peratus)
1	10-19	50.10	90.60
2	20-29	57.40	88.90
3	30-39	52.80	86.60
4	40-49	49.30	83.90
5	50-59	44.90	79.10
6	60+	36.40	64.40
Purata		48.48	82.25

Sumber : BPS, Susenas Modul 2003

1.2 Pernyataan Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa trend baru tamaddun manusia dengan masyarakat yang bermaklumat (Ahmad Mustapha Hassan, 1985:53; Alwi Dahlan, 1985). Dalam masyarakat bermaklumat, media

massa menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia, bagian dari keluarga. Dan televisyen menjadi kawan yang selalu setia menghibur dan menyampaikan maklumat.

Televisyen di Indonesia pada awalnya diharapkan untuk memartabatkan dan membangun sumber daya bangsa Indonesia (Hermin Indah Wahyuni, 2000:72; Syukur Khalil, 2002), setara dengan bangsa-bangsa lain di dunia, dengan tetap menjaga nilai dan identiti budaya bangsa. Televisyen telah membawa perubahan sikap dan tingkahlaku, membawa perubahan identiti dan nilai bangsa Indonesia (Alwi Dahlan, 1985). Lebih dari itu media massa khasnya televisyen menggantikan fungsi institusi sosial, seperti keluarga, rakan sebaya, orang-orang berpengaruh (tokoh masyarakat), sekolah dan agama untuk mensosialisasikan nilai-nilai dalam masyarakat (Holander, 1971). Dengan demikian kekuatan pengaruh televisyen melebihi kekuatan institusi sosial, sehingga televisyen dapat membentuk nilai, identiti, dan gaya hidup masyarakat. Akan tetapi televisyen yang dibangunkan oleh kekuatan-kekuatan lain, seperti ekonomi, politik, dan kuasa hegemoni, telah menjadikan televisyen menjalankan fungsi seperti yang diinginkan oleh kekuatan-kekuatan tersebut (Burhan Bungin, 2001), demikian halnya yang terjadi di Indonesia (Hermin Indah Wahyuni, 2000:143). Kuasa ekonomi menggunakan televisyen untuk mengukuhkan prinsip-prinsip kapitalis dalam masyarakat oleh kelompok Kapitalisme, kuasa politik pula menggunakan pemujukan televisyen untuk mengekalkan ideologi negara oleh kelompok Marxisme.

Lebih dari itu kuasa ekonomi telah menjadikan elemen-elemen bisnis menjadi elemen-elemen budaya, seperti mengukuhkan identiti dan keperibadian untuk keperluan ekonomi dan industri, sehingga menimbulkan industri budaya (Havens, 2003). Kalau keadaan tersebut terjadi maka dunia telah diselubungi dengan pengaruh Kapitalisme, hiburan dan budaya berubah menjadi industri. Dalam konteks ini Theodor Adorno dan Max Horkheimer menyatakan budaya industri sebagai media tipuan, sehingga hiburan televisyen adalah proses penciptaan kepuasan manusia (dalam Burhan Bungin, 2001:63). Oleh kerana itu hiburan televisyen tidak mempunyai nilai-nilai sosial (Zatni Arbi, 1998), yang diperlukan untuk membangun keperibadian suatu bangsa.

Kalau pengaruh negatif televisyen terhadap budaya, sikap dan tingkahlaku remaja terus dilakukan oleh televisyen sebagai ejen sosialisasi nilai, maka banyaklah mesej negatif yang diterima oleh masyarakat, kerana kedekatan hubungan televisyen dengan khalayaknya. Demikian halnya dengan khalayak remaja di Bandar Pekanbaru, pengaruh televisyen akan membentuk gaya hidup, sikap, tingkahlaku, nilai dan identiti remaja. Walhal nilai dan identiti tersebut adalah hasil dari industri budaya yang tidak mempunyai nilai atau bertentangan dengan nilai dan identiti masyarakat yang telah ada sebelumnya. Oleh kerana itu pengkaji menganggap bahawa fenomena ini penting untuk diambil kira dan dijadikan sebagai permasalahan dalam kajian, iaitu: “bagaimana pengaruh televisyen dalam proses sosialisasi nilai dan pengukuhan nilai dan identiti remaja?”

1.3 Persoalan Kajian

1. Bagaimana *ketembusan televisyen* mempengaruhi pengukuhan nilai dan identiti remaja? *Ketembusan televisyen* meliputi bentuk persekitaran, penggunaan dan orientasi penggunaan televisyen. Sedangkan *nilai dan identiti remaja* diukur dengan nilai peribadi, nilai sosial, orientasi nilai, identiti peribadi, identiti kelompok, dan identiti sosial.
2. Bagaimana hubungan *institusi sosial* dengan pengukuhan nilai dan identiti remaja? *institusi sosial* meliputi keluarga, rakan sebaya, sekolah, dan agama. Sedangkan *nilai dan identiti remaja* diukur dengan nilai peribadi, nilai sosial, orientasi nilai, identiti peribadi, identiti kelompok, dan identiti sosial.
3. Bagaimana kesan faktor *demografik* dalam pengukuhan nilai dan identiti remaja? *Demografik* meliputi jantina, umur, pendidikan, etnik asal, daerah asal, pekerjaan ibu bapa, dan pendapatan ibu bapa. Sedangkan *nilai dan identiti remaja* diukur dengan nilai peribadi, nilai sosial, orientasi nilai, identiti peribadi, identiti kelompok, dan identiti sosial.

1.4 Objektif kajian

1. Untuk mengenalpasti bentuk *ketembusan televisyen* dalam kehidupan remaja di Bandar Pekanbaru.
2. Untuk mengenalpasti pengaruh *ketembusan televisyen* terhadap pengukuhan nilai dan identiti remaja.
3. Untuk mengenalpasti hubungan *institusi sosial* dengan pengukuhan nilai dan identiti remaja.

4. Untuk mengenalpasti kesan faktor-faktor *demografik* dalam pengukuhan nilai dan identiti remaja.

1.5 Kepentingan Kajian

Kajian untuk melihat pengaruh televisyen dalam proses sosialisasi dan pengukuhan nilai dan identiti remaja di Bandar Pekanbaru, Riau Indonesia penting untuk dijalankan kerana beberap hal:

1. Memberi sumbangan kepada pengembangan Teori Kognitif Sosial (Social cognitive theory) oleh Albert Bandura (1973), yang memberikan gambaran terhadap proses sosialisasi yang terjadi dalam persekitaran sosial. Teori Kognitif Sosial diakui oleh para sarjana telah memberikan huraian yang jelas terhadap proses sosialisasi yang terjadi dalam pembelajaran dan pemerhatian sosial, terutama berkaitan dengan pengukuhan nilai dan identiti budaya (Kaye dan Sapolsky, 2004; DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989; Bandura, 1994b). Disamping itu kajian ini mengukuhkan Teori Kognitif Sosial sebagai teori media yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial dengan perkembangan teknologi media di era millenium (Bryant dan Miron, 2004).
2. Hasil kajian dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Indonesia, khususnya Pemerintah Provinsi Riau, dalam mengembangkan sistem penyiaran di Daerah Riau sesuai dengan tuntutan Undang-Undang Republik Indonesia Nombor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Dan mengambil kira kesan media massa dalam membangunkan Sumber Daya Manusia masyarakat Riau, terutama pengaruh televisyen sebagai sistem sosialisasi terhadap nilai dan identiti remaja.

3. Belum terdapat sebarang kajian yang meneroka penggunaan televisyen sebagai alat sosialisasi nilai kepada masyarakat, dan bagaimana peranan televisyen dalam mengukuhkan nilai dan identiti remaja di Bandar Pekanbaru, Riau Indonesia. Pada hal penyiaran televisyen di Indonesia telahpun mempunyai dasar pelaksanaan yang jelas dan kukuh bagi terwujudnya penggunaan televisyen oleh masyarakat sebagai fasiliti maklumat, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.

Dasar pelaksanaan penyiaran di Indonesia digambarkan oleh Hinca Pandjaitan dan Amir Effendi Siregar (2003), bahawa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, fasal 28 menyebutkan bahawa:

Negara menjamin kemerdekaan berserikat dan berkumpul untuk mengeluarkan fikiran, dengan lisan dan tulisan dan sebagainya, yang ditetapkan dengan undang-undang (m.s. 112).

Selanjutnya ditegaskan kembali dalam amandemen kedua UUD 1945, fasal 28F bahawa:

... setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia ... (m.s. 112)

Kedua dasar peraturan tersebut di atas kemudian dihuraikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nombor 32 tahun 2002, tentang penyiaran. Kemudian dikukuhkan lagi dengan kebijakan yang terbaru menyangkut masalah televisyen di Indonesia, iaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nombor 13 tahun 2005 tentang penetapan Televisi Republik Indonesia (TVRI) sebagai Lembaga Penyiaran awam di Indonesia.

Pada fasal 1 butiran 4 UU Nombor 32 tahun 2002 disebutkan bahawa:

... penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar-pandang, yang menyalurkan idea dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (m.s. 214).

Selanjutnya pada fasal 3 disebutkan bahawa penyiaran bertujuan untuk:

... memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jatidiri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia (m.s. 216).

Pada fasal 4 UU Nombor 32 tahun 2002 disebutkan secara khas bahawa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media maklumat, pendidikan, hiburan yang sehat, alat kawalan dan integriti sosial (Hinca dan Amir, 2003).

Disamping itu diakui oleh Bangsa Bangsa Bersatu bahawa Negara Indonesia telah menerapkan sistem terbuka dan kebebasan media semenjak kemerdekaan tahun 1945 (Jang dan Chon, 2003). Bangsa Indonesia mempunyai kebebasan untuk mengguna, mencipta media dan perisiannya, sehingga segala sesuatu dapat diberitakan oleh media tanpa adanya kawalan yang ketat dari kerajaan.

1.6 Skop Kajian

Kajian untuk melihat televisyen sebagai ejen sosialisasi nilai dan pengaruhnya dalam pengukuhan nilai dan identiti remaja dijalankan melalui kaedah tinjauan (survey) terhadap remaja yang berusia 15 – 24 tahun yang

bermastautin di Pekanbaru, Riau Indonesia. Kajian juga menggunakan kaedah temubual mendalam.

Kajian ini fokus pada pelajar sekolah menengah dan universiti kerana masa tersebut adalah kemuncak terjadinya proses sosialisasi, penentuan nilai dan identiti bagi remaja (Block, 1984; Gager *et al.*, 1999; Calder *et al.*, 1981; Petty dan Cacioppo, 1996).

BAB 2

PERKEMBANGAN MEDIA DI INDONESIA

2.0 Pengenalan

Bahagian ini membahas gambaran media di Indonesia, dari awal perkembangan dengan pelbagai kemajuan yang dialami oleh media khususnya berkenaan dengan industri penyiaran, televisyen dan radio di Indonesia. Tinjauan ini untuk melihat sejarah perkembangan media di Indonesia, tekanan politik terhadap media, dan industri penyiaran televisyen Indonesia.

2.1 Sejarah dan Perkembangan Media

Indonesia sebagai negara yang mempunyai kawasan geografik yang sangat luas terdiri dari banyak pulau, baik yang kecil maupun yang besar. Terdapat 17,508 buah pulau, dan 6,044 buah pulau yang ditempati oleh penduduk dengan panjang kawasan 4,375 Km dari timur ke barat dan 1,760 Km dari utara ke selatan (Njaman, 2002; Raillon, 2000; Onong Uchjana Effendy, 1993: 57; Ghaffari-Farhangi, 1998; Shepherd, 1984; Alwi Dahlan, 1985).

Negara Indonesia juga mempunyai perbezaan bentuk topografik atau keadaan muka bumi antara satu tempat dengan yang lain, jumlah penduduk yang ramai dan tingkat mobiliti penduduk yang besar, dan budaya etnik yang pelbagai (Oepen, 1987; Alwi Dahlan, 1985), dengan lebih dari 250 bahasa daerah dan budaya (Shepherd, 1984:187). Ditambah lagi negeri bagian Negara Indonesia mempunyai kawasan-kawasan yang sukar untuk dicapai melalui jalanan darat, maka sangat beralasan pemerintahan Negara Indonesia untuk

mengembangkan media massa sebagai alat yang efektif untuk menghubungkan suatu negeri dengan negeri yang lainnya.

Radio adalah media massa yang lebih awal berkembang di Indonesia. Radio siaran pertama di Indonesia telah ada sejak zaman penjajahan Belanda bermula dari Bataviase Radio Vereniging (BRV) di Batavia. Secara resmi radio ditubuhkan pada 16 hb Jun 1925. Setelah itu berdiri radio-radio siaran lain seperti Nederlandsche Indische Radio Omroep Mij (NIROM) di Jakarta, Bandung dan Medan. Solosche Radio Vereniging (SRV) di Surakarta, Mataramse Vereniging voor Radio Omroep (MAVRO) di Yogyakarta, Vereniging voor Oosterse Radio Luisteraars (VORL) di Bandung, Vereniging voor Oosterse Radio Omroep (VORO) di Surakarta, Chineese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java (CIRVO) di Surabaya, Eerste Madiunse Radio Omroep (EMRO) di Madiun dan banyak lagi kawasan lainnya di Indonesia (Onong Uchjana Effendy, 2003; Lathief Rousydiy, 1989; Agus Sudibyo, 2000:323).

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), bahawa selain radio-radio tersebut di beberapa daerah masih terdapat radio swasta seperti, Meyers Omroep voor Allen (MOVA) di Medan. Radio NIROM adalah yang terbesar, terlengkap dan terkemuka kerana didukung penuh oleh pemerintah Hindia Belanda. NIROM juga mendapatkan kuasa untuk mengutip cukai radio, dengan demikian NIROM dapat meningkatkan kuasa pengagihan siaran, mengadakan stesen-stesen penerima, mengadakan sambungan telefon ke pelbagai Bandar di Indonesia. Sehingga NIROM menjadi stesen utama di Semarang, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan Solo (Agus Sudibyo, 2000:324).

Munculnya radio-radio swasta sebagai akibat dari kekuatan yang dimiliki oleh NIROM, yang dikuasai oleh kebijakan pemerintah Hindia Belanda, yang berupaya mencari keuntungan dan memperkasakan kekuasaan Hindia Belanda dalam menghadapi semangat perjuangan kemerdekaan Bangsa Indonesia. Solosche Radio Vereniging (SRV) adalah Radio siaran yang diupayakan bangsa Indonesia ditubuhkan pada 1 hb April 1933 oleh Ir. Sarsito Mangunkusumo. Setelah itu banyak radio-radio swasta milik Bangsa Indonesia yang muncul, menyuarakan persatuan kebangsaan bagi Bangsa Indonesia yang merdeka. Melihat keadaan ini cukup berbahaya bagi keutuhan pemerintahan Hindia Belanda, maka pada tahun 1936, keluar ketetapan pemerintah Hindia Belanda bahawa NIROM, adalah satu-satunya radio yang diakui keberadaannya, dan radio-radio swasta tidak diakui keberadaannya. Akan tetapi radio-radio swasta milik pribumi, sudah memiliki kekuatan sehingga pada 29 hb Mac 1937 berlangsung suatu pertemuan antara perwakilan dari radio-radio ketimuran bertempat di Bandung. Kemudian melahirkan Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK), yang bersifat sosio-budaya, untuk memajukan kesenian dan kebudayaan nasional guna kemajuan masyarakat Indonesia (Onong Uchjana Effendy, 2003; Lathief Rousydiy, 1989; Agus Sudibyo, 2000:324).

Sejak Indonesia dikuasai oleh pemerintahan Jepun, bermula 8 hb Mac 1942, radio swasta yang dikuasai oleh pribumi bangsa Indonesia, diambil alih kepengurusannya oleh jawatan khas Hosokanri Kyoku, yang merupakan pusat radio siaran berkedudukan di Jakarta, dan cawangannya ada di Bandung,

Purwokerto, Yogyakarta, Surakarta, Semarang, Surabaya dan Malang (Agus Sudibyo, 2000:324). Stesen radio penerima lainnya ditutup, sehingga rakyat tidak dapat mendengarkan siaran dari luar negara, siaran hanya dapat didengarkan dari lapan stesen yang dikuasai Hosokawa. Kandungan siaran adalah untuk kepentingan pemerintahan Tentara Jepun. Akan tetapi Pemerintahan Jepun tetap memberi kesempatan pada program acara kesenian dan kebudayaan, sehingga bidang kesenian dan kebudayaan menjadi tersohor pada masa pemerintahan Jepun (Lathief Rousydiy, 1989; Agus Sudibyo, 2000:324).

Pada 17 hb Ogos 1945, Indonesia memaklumkan kemerdekaan yang diproklamkan oleh Ir. Soekarno dan Muhammad Hatta. Pemuda Indonesia berupaya untuk menyiarkan peristiwa bersejarah ini ke seluruh Indonesia dan ke luar negara, tetapi tidak berhasil kerana stesen radio dijaga dengan ketat oleh Kempeitai Jepun, sejak 15 hb Ogos 1945. Barulah pada malam hari pukul 7.00 malam 17 hb Ogos 1945, pembacaan teks Proklamasi Kemerdekaan Indonesia disiarkan ke seluruh negeri dan keluar negara (Lathief Rousydiy, 1989; Agus Sudibyo, 2000:324).

Sejak Proklamasi Kemerdekaan 17 hb Ogos 1945, radio siaran di Indonesia belum diuruskan, oleh kerana itu pelaku-pelaku radio memandang perlu mengefektifkan pengurusan media massa untuk mempertahankan dan mengisi kemerdekaan. Maka pada 10 hb September 1945, pemimpin-pemimpin radio siaran dari seluruh Jawa mengadakan perkumpulan untuk membicarakan pengurusan radio, dan menuntut kepada Jepun untuk menyerahkan semua

stesen radio, pemancar dan perlengkapannya kepada bangsa Indonesia. Pada 11 hb September 1945, disepakati berdirinya organisasi radio siaran dan menentukan tindakan yang akan diambil di daerah-daerah. Sehingga 11 hb September 1945 diperingati setiap tahunnya sebagai hari lahir Radio Republik Indonesia (RRI) (Onong Uchjana Effendy, 2003; Lathief Rousydiy, 1989; Agus Sudibyo, 2000:325; Suryadi, 2005).

Sampai tahun 1966, RRI masih tetap satu-satunya radio yang dikuasai oleh Pemerintah Republik Indonesia. Pergantian kepala Negara Republik Indonesia membawa banyak perubahan pada sistem penyiaran radio di Indonesia. Satu bentuk perubahan dikeluarkan izin untuk radio komuniti selain radio siaran awam lainnya. Pada tahun 1970, pemerintah Orde Baru Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nombor 55 Tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah. Dalam Peraturan itu ditekankan bahawa radio siaran non pemerintah berfungsi sebagai alat pendidikan, penerangan dan hiburan, bukan sebagai alat kegiatan politik. Dengan demikian maka lahir banyak radio siaran non pemerintah. Hingga akhir 1974, tercatat 330 stesen radio siaran swasta di seluruh Indonesia, tahun 1977 menjadi 366, dan tahun 1980 menjadi 948 stesen radio. Organisasi radio itu bernama Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) didirikan 17 hb Disember 1974 berkedudukan di ibu Negara Republik Indonesia (Onong Uchjana Effendy, 2003).

Pemerintah membina dan mengembangkan Radio Republik Indonesia (RRI) dan berupaya mengembangkan radio swasta niaga tersebut, dengan

mengadakan pelatihan peningkatan kemampuan penyiaran dan peningkatan fasilitas penyiaran. Pada tahun 1975 RRI, telah mempunyai 130 pemancar dengan kemampuan 1,132.75 KW dan tahun 1976 bertambah menjadi 174 buah dengan kekuatan 2,612.75 KW (Lathief Rousydiy, 1989; Raillon, 2000; Oepen, 1987).

Pada 24 hb Ogos tahun 1962, Televisi Republik Indonesia (TVRI) ditubuhkan oleh Presiden Pertama Ir. Soekarno, bersempena dengan pelaksanaan Asian Games ke IV di Jakarta (Shepherd, 1984:187; Suryadi, 2005). Suatu harapan bahawa kawasan Negara Republik Indonesia yang sangat luas dapat disatukan melalui televisyen. Dengan slogan yang sangat masyhur digunakan iaitu “Menjalin Persatuan dan Kesatuan” (Agus Sudibyo, 2004; Sen dan Hill, 2001; Raillon, 2000; Njaman, 2002; Shepherd, 1984; Sutton, 1998). Pada 17 hb Ogos 1976, Pemerintah Indonesia membeli satelit komunikasi, yang diberi nama “Palapa”, dan berfungsi sebagai Sistem Komunikasi Satelit Domestik (SKSD) dipergunakan oleh penyiaran radio dan televisyen. Selanjutnya pada tahun 1983 dilancarkan lagi siri satelit “Palapa B2” (Lathief Rousydiy, 1989; Raillon, 2000; Oepen, 1987; Shepherd, 1984).

Sampai tahun 1965 TVRI memiliki dua stesen penyiaran dengan empat stesen pemancar dan lima stesen penghubung. Tahun 1978 stesen TVRI menjadi tujuh stesen dan 77 pemancar dengan 11 stesen penghubung. Dan tahun 1980 TVRI telah mempunyai 124 stesen pemancar dan penghubung dengan jangkauan 400.000 km² atau menjangkau 80 peratus khalayak di seluruh Indonesia. Peningkatan ini diiringi oleh peningkatan jumlah televisyen

penerima yang dimiliki oleh masyarakat, kerana membaiknya keadaan ekonomi masyarakat yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk memiliki televisyen (Lathief Rousydiy, 1989; Oepen, 1987; Shepherd, 1984). Televisi Republik Indonesia (TVRI), selalu mendahulukan aspek pembangunan, sehingga TVRI melakukan upaya peningkatan, berupa peningkatan prasarana dan sarana maupun peningkatan kualiti program acara dan pemberitaan. Sampai tahun 1991, TVRI mempunyai 10 stesen siaran, 7 stesen produksi dan 255 stesen penghubung (Onong Uchjana Effendy, 2003).

Mengikut keputusan Presiden Republik Indonesia Nombor 27 tahun 1963, TVRI mempunyai fungsi sebagai sebuah media komunikasi untuk membangun mental, spiritual dan fizikal yang merupakan sebahagian proses pembangunan bangsa Indonesia, khususnya menuju pembangunan manusia Indonesia yang sosialis (Hermin Indah Wahyuni, 2000:72). Keputusan Presiden tersebut diperkuat oleh Surat Keputusan Menteri Penerangan Nombor 20 tahun 1963, yang menyatakan bahawa tujuan asas perkhidmatan awam TVRI adalah untuk mengembangkan sumber daya manusia yang akan berpengaruh kepada pelaksanaan pembangunan nasional (Syukur Khalil, 2002). Dan keputusan Presiden Republik Indonesia Nombor 215 tahun 1963, TVRI ditetapkan sebagai televisyen berbadan hukum yayasan (Agus Sudibyo, 2004:279).

Menurut Kitley (2003), dengan adanya satelit Palapa, kepulauan Indonesia dapat dipersatukan dalam suatu jaringan elektronik yang menghilangkan jarak dan waktu yang panjang dalam proses penyampaian mesej kepada masyarakat (Astrid S. Susanto, 1987), mempersatukan

Indonesia yang luas dan pelbagai suku dan budaya menjadi satu kesatuan. Dan membangun suatu kekuatan pemerintah yang strategik di pusat Bandar Jakarta. Jadi pada awalnya TVRI diarah untuk menyuarakan ideologi negara, dan segala bentuk penyiaran dikawal dan diatur oleh Pemerintah Republik Indonesia (Chadha dan Kavoori, 2005).

Presiden Soeharto pada perasmian TVRI pusat 24 Ogos 1982 mengemukakan:

Dalam upaya menjamin tercapainya secara berhasil pembangunan nasional, tugas media massa adalah membangkitkan semangat pengabdian dan perjuangan bangsa, mengkonsolidasikan kesatuan dan persatuan bangsa, memperkuat jati diri dan budaya nasional, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Agus Sudibyo, 2004:281).

Pernyataan Presiden Soeharto tidak bererti banyak, kerana pengawalan terhadap berbagai bentuk pemberitaan terus dikawal dengan alasan untuk menjaga stabiliti dan keamanan Negara Indonesia. Meskipun pengawalan terhadap sistem penyiaran dilakukan, akan tetapi masyarakat dapat memperoleh siaran langsung dari luar negara (Kitley, 2003), kerana masyarakat awam dapat menggunakan parabola dan menerima siaran dari stesen luar negara.

Sejak tahun 1986, Negara Republik Indonesia menyatakan diri sebagai negara *open sky* (langit terbuka), yang mengizinkan penduduk awam penggunaan parabola (Sen dan Hill, 2001; Njaman, 2002). Dan tahun 1987 pemerintah mulai melonggarkan aturan sehingga memberi izin kepada televisyen swasta untuk memajukan dan mengembangkan sistem penyiaran di

Indonesia (Idris dan Gunaratne, 2000). Dari gambaran di atas dapat difahami bahawa semenjak 1986, bahkan sebelumnya, masyarakat Indonesia telah mengalami *transnational broadcasting*, kerana dapat menerima siaran dari ejen internasional dan dari pelbagai negara (Ghaffari-Farhangi, 1998). Bentuk kebebasan media ini juga diakui oleh Bangsa Bangsa Bersatu yang menetapkan Negara Republik Indonesia sebagai negara yang mengembangkan sistem kebebasan dalam menggunakan media, mencipta media dan perisiannya sejak awal kemerdekaan tahun 1945 (Jang dan Chon, 2003).

Selanjutnya pada tahun 1987, pemerintah melalui keputusan Menteri Penerangan Nombor 190 tahun 1987, memberi kelulusan kepada TVRI untuk memberikan perkhidmatan siaran saluran terhad bagi kawasan Jakarta dan sekitarnya. Maka pada 20 hb Oktober 1987, TVRI membenarkan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) sebagai penyelia kos bagi perkhidmatan televisyen komersial pertama di Indonesia (Muh. Labib, 2002). Stesen RCTI mulai melakukan siaran sejak bulan April 1989 (Sutton, 1998). Berikutnya TVRI meluluskan stesen Surya Citra Televisi (SCTV) untuk memberikan perkhidmatan siaran terhad di Surabaya dan sekitarnya. Maka sejak bulan Ogos 1989 stesen SCTV mulai melakukan siaran di Surabaya. Kemudian berikutnya melalui Surat Keputusan Menteri Penerangan Nombor 111 tahun 1990 tentang siaran televisyen, siaran saluran terhad diubah menjadi siaran nasional. Sejak itu RCTI dan SCTV melakukan siaran tanpa menggunakan *decoder* (sejenis alat tambahan penerima khas). Pada 23 hb Januari 1991, Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) melakukan siaran khusus untuk siaran

pada pagi hari. Dan pada 9 hb November 1992 ditambah siaran pada petang dan malam hari. Stesen televisyen Andalas Televisi (ANTV) menyiar pada tahun 1993 dan Indosiar Visual Mandiri pada tahun 1995 (Hermin Indah Wahyuni, 2000; Sutton, 1998).

Seiring dengan perkembangan teknologi media massa, sejak tahun 1990-an teknologi televisyen di Indonesia juga mengalami perkembangan yang sangat memberangsangkan. Terdapat 11 stesen televisyen yang bersiar secara nasional meskipun jangkauan dan penerimaan siaran berbeza antara satu stesen dengan stesen lainnya. Stesen televisyen itu adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI), Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar Visual Mandiri (IVM), Transnasional Televisi (Trans TV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Trans Tujuh (TRANS7), Andalas Televisi (ANTV), Lativi, Metro Televisi (Metro TV), Global Televisi (GTV), Televisi One (TVOne). Lebih dari itu televisyen tempatan di Indonesia sudah dikembangkan hampir di setiap provinsi, bandar dan distrik di Indonesia. Tercatat 48 televisyen tempatan yang tersebar di berbagai kawasan di Indonesia, baik yang sudah melakukan siaran maupun yang masih dalam proses penubuhan dan ujicoba (Agus Sudibyo, 2004; Njaman, 2002).

Lebih jelasnya stesen siaran televisyen yang dapat diterima di Bandar Pekanbaru, iaitu: Televisi Republik Indonesia (TVRI), Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), Indosiar Visual Mandiri (IVM), Transnasional Televisi (Trans TV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Trans Tujuh (TRANS7), Andalas Televisi (ANTV), Metro Televisi (Metro TV), Global

Televisi (GTV), dan satu buah stesen televisyen tempatan, iaitu: Riau Televisi (R-TV).

2.2 Tekanan Politik Terhadap Media

Bentuk demokratik kebebasan dan perkembangan media mulai dari periode awal perkembangan radio dan televisyen di Indonesia, terkait dengan perkembangan politik di Indonesia. Bermula dari penjajahan Hindia Belanda, penjajahan Jepun, zaman awal kemerdekaan Republik Indonesia, zaman membangun dan mencari bentuk dan sistem pemerintahan, selanjutnya Orde Baru, dan era reformasi yang sedang berlangsung dan mencari bentuk baru di era globalisasi.

Zaman Orde Baru, merupakan periode yang menentukan bentuk sistem penyiaran televisyen di Indonesia, kerana Orde Baru menggunakan bentuk autoritarian Pemerintah Indonesia sejak tahun 1966 (Sen dan Hill, 2001). Periode Orde Baru menggantikan demokrasi terpimpin yang dikembangkan oleh Presiden Soekarno, yang mencirikan kepimpinan kharismatik presiden dan perdebatan ideologi yang berterusan. Dengan suatu alasan untuk memperbaiki struktur sosial dan stabiliti, maka Orde Baru secara efektif melarang kegiatan dan perdebatan politik (Sen dan Hill, 2001).

Orde Baru bermula 1 hb Oktober 1965, ketika Jeneral Soeharto menggagalkan rampasan kuasa para leftenan muda yang dipimpin oleh Leftenan Kolonel Untung. Dalam masa 24 jam Jeneral Soeharto berhasil mengambil alih pusat kekuasaan Istana Presiden Medan Merdeka Jakarta